

# Medios públicos para la nueva sociedad digital

Vivimos una revolución tecnológica que ha fragmentado las audiencias y está transformando la estructura del sistema comunicativo



JAVIER  
Marzal\*



ANDREU  
Casero\*



FRANCISCO  
Fernández\*

En los últimos años, el sistema mediático contemporáneo está atravesando una serie de profundos cambios que cabe relacionar con el signo de los tiempos actuales. Vivimos en la era de las mediatizaciones (**Pérez Tornero, La gran mediatización**, UOC, 2020), que son omnipresentes y ocupan todo el espacio comunicativo (**Aguado Terrón, Mediaciones ubicuas**, Gedisa, 2021). Así pues, vivimos en un ecosistema de medios donde la convergencia digital, la expansión de las redes sociales y el auge del consumo *online* como consecuencia de la universalización de las pantallas y de las plataformas digitales está provocando profundas transformaciones, muy especialmente en las formas de consumo audiovisual.

Se trata de una revolución tecnológica, que ha fragmentado las audiencias, que está transformando la estructura del sistema comunicativo, con una acelerada concentración de medios y de consumos como acredita el auge de los GAFAM—Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft—, desde una perspectiva transnacional, que también se está produciendo a nivel español con la consolidación del duopolio mediático conformado por los dos grandes grupos de comuni-

cación—Mediaset y Atresmedia—.

La crisis económica y reputacional de los medios de comunicación públicos, agudizada por la crisis sanitaria del coronavirus, exige una revisión en profundidad de la misión de los medios de comunicación de servicio público. Instituciones internacionales tan relevantes como la European Broadcasting Union (EBU, o Unión Europea de Radiodifusión —UER—) sitúan la innovación y la participación entre los valores esenciales de los medios de comunicación públicos, junto a la universalidad, independencia, excelencia, diversidad y transparencia (EBU, 2012).

La celebración del congreso ComLoc 2021, cuya temática central es *Medios de comunicación públicos, ciudadanía e influencia digital en la era de la desinformación*, que tendrá lugar los días 4 y 5 de noviembre en la Universitat Jaume I, de manera presencial y a distancia, pretende ofrecer un espacio para el encuentro y debate que ayude a comprender la situación actual, así como para la búsqueda de vías que contribuyan a revertir este escenario de crisis. A tal fin, se propone la reflexión y debate en torno a los siguientes ejes, entre otros: el papel de los medios de comunicación públicos en la sociedad actual y los valores que representan; la partici-

pación ciudadana en los medios públicos; experiencias y tendencias de innovación en los medios de comunicación; impacto de la transformación digital en el sistema mediático (plataformas digitales, redes sociales, formas de consumo, etc.); influencia social de los medios de comunicación en el entorno digital; e incidencia de la desinformación en los medios de comunicación públicos y el sistema mediático digital.

Por otro lado, vamos a contar con la presencia de especialistas de primer nivel, que van a dictar conferencias plenarias, que servirán de marco para la reflexión sobre la temática central propuesta. En primer lugar, el profesor **Juan Miguel Aguado**, catedrático de Periodismo en la Universidad de Murcia y director de la Radio Televisión de la Región de Murcia en el

---

**El ComLoc 2021**  
ofrecerá los días 4 y 5  
de noviembre un  
espacio para el debate  
en torno a los medios

---

periodo 2016-2020, abordará la temática *Medios públicos, mediaciones ubicuas y ecosistemas de desinformación: Cómo y por qué redefinir el servicio público audiovisual*. En segundo lugar, **Madiana Asserraf-Jacob**, directora de Desarrollo de Negocio y Audiencias Jóvenes de la Unión Europea de Radiodifusión, nos expondrá las principales líneas maestras que guían la actividad que desarrolla esta entidad, que agrupa a más de 80 operadores de radio y televisión del más alto nivel. En tercer lugar, **José María Vidal Beltrán**, profesor titular de Derecho de la Comunicación de la Universidad de Valencia, y primer presidente del recién creado Consell de l'Audiovisual de la Comunitat Valenciana, presentará la misión, funciones y objetivos de esta institución, muy esperada desde hace décadas, por su papel esencial para la supervisión del sistema mediático valenciano.

Por otro lado, tendremos la oportunidad de asistir a dos mesas redondas, en las que contaremos con la presencia de académicos y profesionales de la comunicación. En la primera de ellas, el tema a debate es sobre *El papel de la participación ciudadana para la relegitimación de los medios públicos*, para la que contaremos con **Ana Azurmendi**, catedrática de Derecho Constitucional de la Universidad de Navarra; **Ainara Larroondo Ureta**, profesora titular de Periodismo de la Universidad del País Vasco, y con **Francisco Campos Freire**, catedrático de Periodismo de la Universi-

dad de Santiago de Compostela. En la segunda mesa redonda, se debatirá el tema *Los profesionales de la comunicación ante el desafío de la participación ciudadana en los medios públicos en la era de la desinformación*, en la que contaremos con la presencia de profesionales de los medios destacados como **Esther Medina Ferreiro**, xefa do Servizo de Innovación no Entorno Dixital de TVG; **Lontzo Sáinz Nieto**, director para la Transformación Digital de EITB; **Benjamín Marín**, director de Comunicación y Publicidad de À Punt; **Isaías Blázquez**, director de Contenidos Digitales en la radio-televisión pública de Castilla-La Mancha, y **David Corral**, del Área de Innovación de RTVE. Además, contaremos con la presentación de 14 comunicaciones de investigadores de una decena de universidades españolas, así como con la presentación de los proyectos de investigación competitivos relacionados directamente con la temática del congreso. Confiamos en que esta XVI edición del Congreso de Comunicación Local estará a la altura de las expectativas de la comunidad académica y profesional del campo de la comunicación, y contribuirá a la conformación de unos medios públicos robustos y adaptados a las necesidades de las sociedades avanzadas del siglo XXI. ■

\*Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad  
\*Catedrático de Periodismo  
\*Director del Servicio de Comunicación y Publicaciones UJI